

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Adanya proses globalisasi sekarang ini, perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mempercepat proses inovasi dan perkembangan produk (barang dan jasa), apalagi kita dalam menghadapi pasar bebas maka kualitas jasa pelayanan terhadap konsumen harus menjadi titik perhatian bagi setiap organisasi. Kepuasan konsumen harus ditata sedemikian penting untuk eksistensi suatu perusahaan atau organisasi. Dalam bidang pemasaran pengembangan suatu produk / jasa sangatlah penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggan. Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. (Rangkuti, 2002 : 32). Keunikan serta kualitas pelayanannya harus disesuaikan dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan atau dengan kata lain manfaat suatu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan. Suksesnya suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek penting yaitu janji

perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan, kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.

Jasa pelayanan yang diberikan dengan baik merupakan strategi keuntungan karena akan dapat menghasilkan lebih banyak yang baru. Jasa pelayanan dapat membangun kultur organisasi yang baik dimana manusia yang terlibat didalamnya dapat mengembangkan potensi mereka, serta jasa merupakan komponen kunci untuk mendorong suksesnya suatu perusahaan disamping memaksimalkan manfaat dan meminimalkan beban bukan harga untuk konsumen (Berry, Parasuraman, Zeithaml, 1998).

Berkaitan dengan hal tersebut perlulah dilakukan suatu studi kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh konsumen sehingga dapat diketahui sekaligus mengelola bagian yang menjadi penggerak dalam penyampaian pelayanan jasa tersebut. Mendengar apa yang diinginkan konsumen merupakan hal yang penting dalam memformasikan strategi pemasaran perusahaan (Kertajaya, 2006).

Penelitian yang dilakukan Dabholkar, et al (2000) dalam Tjiptono (2005), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang juga dilakukan oleh Stank, et al. (1999) menyatakan bahwa adanya hubungan pengaruh yang sangat signifikan antara kualitas jasa secara tidak langsung dengan loyalitas konsumen dengan mediasi kepuasan pelanggan.

Saat ini bebek goreng spesial oleh bapak Haji Slamet Kartasura sudah tidak di ragukan lagi kelezatannya. Bapak Haji Slamet memulai usaha bebek goreng sejak 1986 di Kartasura, Solo. Warung bapak Haji Slamet Kartasura mempunyai 17 karyawan, 12 orang di bagian dapur dan 5 orang di bagian pelayanan. Warung Bebek Slamet ini mempunyai beberapa cabang di luar Solo. Seperti di Jakarta, Bandung, Bekasi, Yogyakarta, Semarang, Gresik dan Bogor.

Objek penelitian ini adalah Bebek Goreng Haji Slamet Kartasuro. Pemilihan objek ini karena Bebek Goreng Haji Slamet Kartasuro adalah salah satu rumah makan yang masih sangat diminati oleh banyak konsumen terutama masyarakat umum, walaupun mulai banyak bermunculan rumah makan-rumah makan baru yang otomatis menjadi pesaing dari Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang datang dan seberapa sering mereka berkunjung ke rumah makan tersebut. Dengan demikian Bebek Goreng Haji Slamet harus dapat mempertahankan para konsumen agar tidak berpindah ke rumah makan yang lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini menjadi judul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN** (Studi kasus pada warung Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura).

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas maka rumusan masalah yang di ajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?

## **C. Tujuan**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisa ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel memediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

**D. Manfaat****1. Bagi perusahaan :**

Sebagai bahan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh perusahaan, dan dapat dipergunakan sebagai dasar perbaikan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

**2. Bagi Peneliti :**

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan empirik mengenai pentingnya pengembangan usaha ritel dan jasa berdasarkan persepsi dimensi kualitas layanan, kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.